

**Acerca de la apropiación de las redes sociales en bibliotecas universitarias argentinas:  
características y desafíos profesionales\***

**Claudia Laudano,<sup>1,2</sup> Javier Planas,<sup>1,2</sup> María Inés Kessler<sup>1,2</sup>**

<sup>1</sup>Instituto de Investigaciones en Humanidades y Ciencias Sociales (UNLP-CONICET).

<sup>2</sup>Departamento de Bibliotecología, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de La Plata. Argentina, La Plata. e-mail: [claudialaudano@gmail.com](mailto:claudialaudano@gmail.com)

**Resumen:** en el contexto general de las transformaciones generadas por la inclusión de tecnologías de información y comunicación en el quehacer cotidiano de las bibliotecas en las últimas décadas, en esta presentación se analizan las principales formas de apropiación de las redes sociales por parte de bibliotecas universitarias argentinas. Mediante un corpus conformado por el total de bibliotecas correspondientes a tres universidades nacionales de larga trayectoria en el país (Córdoba, Buenos Aires y La Plata), se presenta, en primer lugar, un panorama general de las modalidades vigentes de comunicación, junto a sus principales características, y, luego, se ofrecen lineamientos acerca de la utilización de dos redes sociales, Facebook y Twitter. A partir de allí, se esboza un conjunto de desafíos para las prácticas profesionales actuales y a futuro.

**Palabras Claves:** Bibliotecas Universitarias; Redes Sociales; Facebook; Twitter

## **Presentación**

Las denominadas ‘nuevas’ tecnologías de información y comunicación generaron un conjunto de transformaciones significativas en el quehacer cotidiano de las bibliotecas en el transcurso de las últimas dos décadas. Entre las mutaciones más visibles en el área comunicacional en el período indicado, puede localizarse la migración paulatina desde materiales impresos de comunicación hacia producciones, en mayor medida, digitales y de formas presenciales de comunicación hacia interacciones virtuales, con modalidades sincrónicas y asincrónicas, mediante un conjunto amplio de posibilidades, entre ellas, boletines electrónicos y listas de distribución por correo electrónico, servicios de mensajería instantánea y chats, consultas vía webs institucionales, RSS, videoconferencias y la producción de contenidos en (web)blogs. A este espectro, se suma la utilización de redes sociales, en particular Facebook, desde 2005, y, más recientemente, Twitter, junto a otras plataformas tales como Delicious o Pinterest.

A partir de 2007 se localiza literatura especializada en cuanto a los usos específicos de Facebook en las bibliotecas. En ese sentido, respecto de los trabajos de revisión bibliográfica, Jacobson (2011) sintetiza los usos implementados por las bibliotecas en torno a Facebook, a partir de cinco categorías. La más extendida refiere al “cómo” e incluye artículos referidos a las mejores prácticas y los diferentes usos de Facebook. La segunda se focaliza en estudios de casos que destacan experiencias singulares de usos bibliotecarios; mientras que la tercera se basa en las percepciones estudiantiles acerca de la efectividad de Facebook para los

propósitos de las bibliotecas. La cuarta se dedica al análisis de los servicios provistos y la última se concentra en estudios de percepción de usos mediante encuestas a personal bibliotecario acerca de la utilización de Facebook en sus instituciones.

Por su parte, Vassilakaki y Garoufallou (2014) publicaron recientemente una revisión efectuada sobre los trabajos en torno a la apropiación de Facebook por parte de las bibliotecas y los bibliotecarios, publicados entre los años 2006 y 2012 en bases de datos de revistas internacionales en idioma inglés. Los artículos fueron agrupados en las siguientes categorías, de acuerdo a la temática abordada: 1. Uso de Facebook por parte de las bibliotecas; 2. Creación de perfiles de Facebook (perfiles de bibliotecas; perfiles de bibliotecarios); 3. Lineamientos para bibliotecas; 4. Experiencias de bibliotecarios en el uso de Facebook; 5. Perspectivas de exploración (de bibliotecarios; de usuarios); 6. Exploración del uso de los perfiles de las bibliotecas.

Por otro lado, Aharony (2012) realiza una exploración comparativa de los usos de Facebook en bibliotecas públicas y académicas estadounidenses. En los resultados destaca que, si bien ambos tipos de bibliotecas utilizan el muro y la sección información, el aprovechamiento de la plataforma es limitado en ambos casos, ya que privilegian la difusión de información por encima de la generación de instancias de debate e intercambio dialógico. De las restantes secciones, añade que sólo la de fotos tiene un desarrollo significativo.

Frente a estos trabajos que destacan las bondades de la plataforma, Bodnar y Doshi (2011) realizan, en cambio, un conjunto de señalamientos respecto de la utilización de Facebook. Entre otros, cuestionan algunas metodologías utilizadas para ~~medir~~ "medir el impacto" a través de la cantidad de seguidores como logro mensurable de implementación e insisten en tener una mirada crítica respecto a su uso/aceptación o rechazo y no limitar la creatividad, la energía o el optimismo profesional por una herramienta determinada.

Por su parte, Mahmood y Richardson (2011) relevaron la existencia de herramientas 2.0 en los 100 sitios Web de las bibliotecas de investigación estadounidenses de la Association of Research Libraries (ARL). Según el estudio exploratorio, RSS era la más usada en este tipo de bibliotecas, seguida de los mensajes instantáneos utilizados para el servicio de información y referencia. Luego se ubicaban las redes sociales, donde lidera el uso de Facebook (89 de 100 bibliotecas) y sólo unas pocas emplean otras redes sociales y blogs. La mayor frecuencia de uso en redes sociales es lo que respecta a noticias y anuncios, seguido por fotos y videos, y por la difusión de servicios bibliotecarios ofrecidos.

Desde el lanzamiento de Twitter como plataforma de microblogging, el campo bibliotecológico registra un interés creciente por su apropiación para los objetivos específicos. A la vez, como sugiere Margaix Arnal (2008), los profesionales procuran estar donde sus usuarios están respecto de los recursos digitales y utilizar sus mismos canales de comunicación. En tal sentido, parte de la literatura académica disponible se basa en la realización de relevamientos periódicos de los usos y aplicaciones de twitter en bibliotecas de diferente tipología, algunos

con énfasis comparativos (Aharony, 2010; Chen, Chu y Xu, 2012; Del Bosque, Leif y Skarl, 2012; Verishagen y Hank, 2014; Cavanagh, 2015; entre otros).

Según la revisión bibliográfica realizada por Sewell (2015), la mayoría de los trabajos centraliza la mirada en aspectos concernientes a la difusión de información; mientras que un conjunto de ellos analiza los principales focos de interés de los tuits (Stuart, 2010). Al respecto, para perfilar acerca de qué tuitean, los trabajos de investigación retornaron a estudios basados en análisis de contenido, una perspectiva clásica en el campo de las ciencias sociales, que aporta un estado descriptivo de las categorías en uso en determinados contextos.

En Iberoamérica se han publicado diferentes trabajos y estudios de casos respecto al tema. Entre ellos, Bröll Nadal, Cabré Serra y Gándara Sanz (2012) exponen su experiencia en el Consorcio de Bibliotecas de Barcelona, que gestiona una red de 37 bibliotecas. En su marco, el Servicio de Comunicación es parte de su estructura directiva, lo que indica la importancia otorgada a la comunicación, incluida en la línea estratégica del plan de acción de 2012: —Comunicación con los usuarios”. Realizan un balance positivo de la implementación de la página en Facebook desde 2009 para tener presencia en las redes sociales con dos objetivos principales: la interacción con el usuario, y la difusión y comunicación de información ligada a la biblioteca.

Por su parte, Boton Muñoz y otros (2010) relatan su experiencia profesional en la Universidad de Córdoba (España) en la implementación de su página. Destacan las acciones llevadas adelante para la implementación, que basaron en buenas prácticas de otras instituciones y en la bibliografía especializada en la materia: se creó un enlace a la página desde la Web de la biblioteca; se publicitó la página desde el propio perfil; se dio a conocer entre grupos y páginas afines, invitando a los administradores a hacerse fans; se enviaron mensajes a amigos y listas de correo; se cita la página al final de las sesiones de formación de usuarios; se editó un señalador o marcapáginas conmemorativo que se reparte periódicamente.

Más recientemente, Vieira, Baptista y Cerveró (2013) relevaron las universidades públicas españolas para conocer los usos que realizan de Twitter y Facebook. Indagan el modelo de adopción de esas redes sociales: creación de perfiles, publicación de contenidos, interacción con usuarios, creación de contenidos por los usuarios, establecimiento de normas de uso y estilo y mediación y evaluación de indicadores sociales para apoyar a los gestores de bibliotecas universitarias. Concluyen que en general la participación de usuarios/as es deficiente, así como la generación de indicadores que respalden a los bibliotecarios en la administración de las redes sociales.

En América Latina, se destaca el trabajo de Aquino (2014), quien analiza las bibliotecas académicas peruanas que forman parte de las instituciones pertenecientes a la Asamblea Nacional de Rectores. En un estudio previo, Aquino (2012) planteaba que la mayoría de las universidades peruanas poseía cuentas de su institución en las redes sociales, principalmente en Facebook; sin embargo, no sucedía lo mismo con sus bibliotecas centrales, de las cuales sólo 10 tenían presencia. En 2014, la autora destaca que la cifra de bibliotecas académicas en

Facebook asciende a 27, pero observa que el modo de enlazar entre la cuenta en Facebook y el sitio Web de la biblioteca no siempre es bidireccional y que aún no se experimenta un uso exhaustivo de las aplicaciones de la red social.

En Uruguay, García Rivadulla (2013) analiza la percepción desde el punto de vista del usuario (docentes, estudiantes, egresados e investigadores) sobre la web social, donde incluye a Facebook. Sobre una encuesta en línea aplicada en la Universidad de la República y otras universidades privadas, concluye que existe un gran desconocimiento de los servicios ofrecidos por las bibliotecas, ya que la red social es utilizada más con fines personales, que difieren de los académicos y profesionales.

En Brasil, país que es gran usuario de Facebook, Costa et al. (2013) efectuaron un relevamiento sobre 6 bibliotecas universitarias privadas en la ciudad de Joao Pessoa (Paraíba), donde Facebook resultó ser la red social más empleada. Sin embargo, señalan su subutilización y contenidos desactualizados en los perfiles, por lo que recomiendan capacitar al personal de las bibliotecas en su uso y posibilidades, tanto como en el diseño de políticas comunicacionales efectivas.

A conclusiones similares llegaron otros dos estudios. Por un lado, Marinho, Pereira y Pereira (2013) respecto de dos universidades públicas de Sao Luis (Maranhao), en cuanto a la subutilización de Facebook, donde no se publican informaciones relevantes, la actualización no es frecuente y la interacción con los usuarios es casi inexistente. Por otro, sobre la base de 10 bibliotecas universitarias de Rio Grande do Sul, Farias (2013) observa que la herramienta más usada es el muro de Facebook y que la colaboración entre las redes sociales y las actividades bibliotecarias se refieren principalmente a la obtención de opiniones y sugerencias de parte de usuarios/as, así como al servicio de referencia. En menor medida, para alertas bibliográficas.

En el caso de Argentina, el trabajo de De Volder y Gutiérrez (2010) se refiere a la falta de presencia de las bibliotecas universitarias en Facebook. Tras relevar 167 sitios webs de bibliotecas centrales de casas de altos estudios, públicas y privadas, concluyen acerca del escaso uso de la red social: sólo 6 bibliotecas poseían cuenta en la red social, de las cuales, 5 corresponden a universidades públicas. En otro estudio, De Volder, Gonzalez Terán y Gutiérrez (2012) analizaron los perfiles y el uso de twitter por parte de 15 bibliotecas universitarias del país en 2012, mediante la observación de las cuentas y una encuesta. La mayoría de las bibliotecas comenzó a utilizar la plataforma entre 2010 (8/15) y 2011 (4/15). En su trabajo consideraron: cantidad de tuits, cantidad de seguidores, tipo de información que difunden, periodicidad de actualización, tiempo dedicado a la gestión de la cuenta, área de la biblioteca que gestiona la cuenta, razones de uso, usuarios, política del servicio y fuentes de contenido. Determinaron que la mayoría de las bibliotecas mantiene el servicio con dos personas, desde las áreas de circulación, referencia y difusión, dedicando a la tarea desde menos de media hora hasta más de una hora al día. El uso predominante de las cuentas es la difusión de información. En otro orden, el 53% de las bibliotecas tiene una política definida sobre el servicio y 9 de las bibliotecas estudiadas enlazan al perfil de Twitter desde su sitio web. Respecto de la

apropiación de la herramienta notaron que el porcentaje de bibliotecas que la utilizaba era extremadamente bajo.

Sobre la base de este último estudio, De Franceschi (2014), a través de un seguimiento trimestral, localizó sólo 10 cuentas en uso. En su trabajo describe las actividades que realizan en Twitter las bibliotecas universitarias argentinas analizando los tipos de tuits: de difusión propia, de redifusión de información, de extensión cultural, de servicio de recomendación e interacción con el usuario. En 9 de las bibliotecas se notó un incremento en el uso del servicio en el período estudiado. Respecto al uso que las bibliotecas hacían de Twitter, en mayor medida fue la redifusión de información y en menor grado la generación propia de contenido, tomando como referencia la información institucional, de perfiles de alumnos y docentes y de medios de comunicación. El servicio de recomendación fue casi nulo, y la interacción con los usuarios muy baja. Concluyó que las bibliotecas universitarias usaban este servicio con una tendencia notable a trabajar la noticia emergente.

#### **Acerca de la investigación en curso**

La investigación del Programa de Incentivos (2013-2016), actualmente en curso, “Usos y aplicaciones de tecnología infocomunicacionales en bibliotecas argentinas. Relaciones con los contenidos curriculares en las carreras de bibliotecología”, dirigida por Claudia Laudano e integrada por Javier Planas, María Cecilia Corda y M. Inés Kessler, se propone conocer las formas de apropiación de las redes sociales según los distintos tipos de bibliotecas, así como reflexionar en torno a las características de los usos singulares y potenciadores para los servicios bibliotecarios, tanto como de las dificultades y los desafíos que dichas redes promueven en las rutinas laborales de las y los profesionales de la bibliotecología. En tal sentido, abarca el uso de redes sociales de tres tipos diferentes de bibliotecas: las dedicadas a investigación, las universitarias y las populares. En 2014 investigamos, difundimos y publicamos los principales resultados respecto de las bibliotecas de investigación de Argentina (Laudano et al, 2014), y en 2015, avanzamos con las universitarias (Laudano et al, 2016a), mientras que planificamos abordar el uso de redes sociales en bibliotecas populares en 2016, último año del proyecto de investigación.

En esta oportunidad presentamos resultados de la etapa actual de investigación llevada adelante en las bibliotecas universitarias. El estudio abarcó 3 Universidades Nacionales, Universidad Nacional de La Plata (UNLP), Universidad de Buenos Aires (UBA) y Universidad Nacional de Córdoba (UNC), por ser las de mayor trayectoria en el país. Luego de un relevamiento exhaustivo en los sitios institucionales, se detectaron 45 bibliotecas universitarias. Tomando como referencia este dato, la siguiente búsqueda apuntó a formar un panorama inicial de la adopción de redes sociales por parte de estas bibliotecas. El gráfico 1 muestra los resultados obtenidos entre 2014 y 2015:

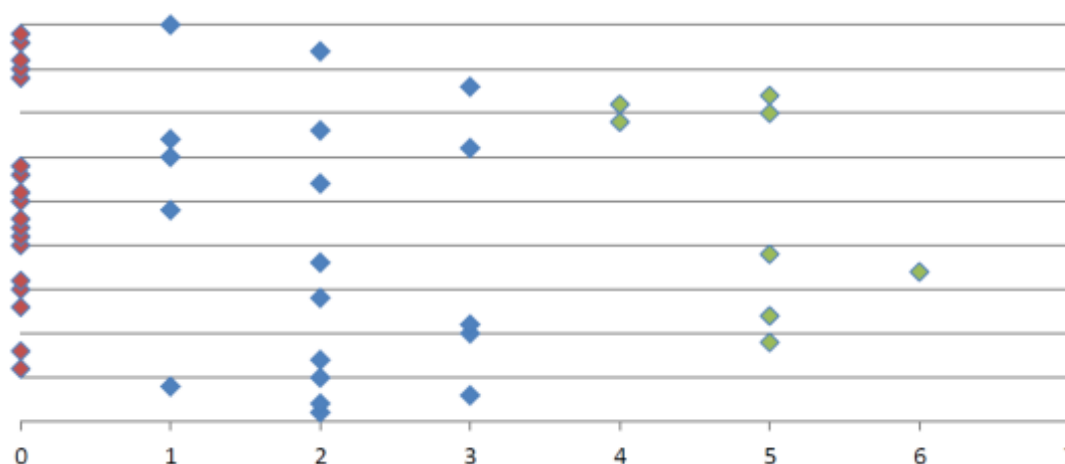


Gráfico 1: Bibliotecas y redes sociales

Teniendo en cuenta que los puntos son bibliotecas, su posición indica cuántas redes sociales utiliza: de 0 a 6 (que es el máximo). Según lo investigado, en principio, entonces, se puede sostener que:

- 18 de las 45 bibliotecas no usan redes sociales (40%)
- 19 de las 45 bibliotecas utilizan entre 1 y 3 redes sociales (42%)
- 8 bibliotecas utilizan más de tres redes sociales (17%)

En el contexto del panorama precedente, el siguiente gráfico enseña las adopciones preferidas:

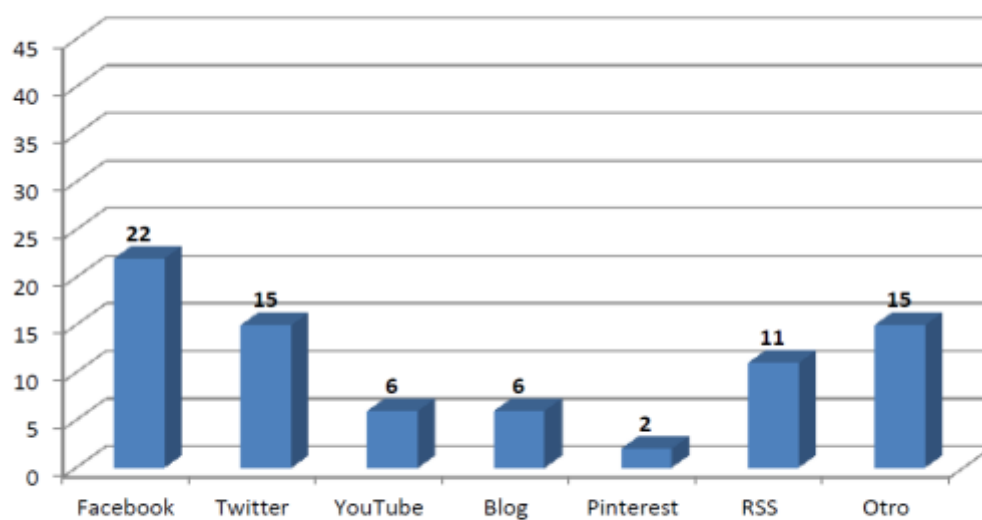


Gráfico 2: preferencias en la adopción de redes sociales

La primera observación: 22 de las 45 bibliotecas analizadas mantienen una cuenta de Facebook. El dato está en concordancia con lo que ocurre en el país, ya que Facebook es la red social más empleada, con 25 millones de usuarios y usuarias mensuales, ante los 5 millones de Twitter (en mayor medida, estas conexiones se realizan desde dispositivos

móviles). Respecto de la implementación de Facebook, si bien esta herramienta está en franca expansión desde 2005, la llegada de la mayoría de las bibliotecas no es muy temprana. Así, el 57% de los casos estudiados inició la actividad entre 2011 y 2012, el 30% lo hizo entre 2009-2010 y, por último, el 13% se sumó entre 2013- 2014. En términos generales, se percibe una tendencia hacia usos no planificados, de carácter exploratorio, que privilegian una lógica comunicacional de sentido unidireccional, como mera instancia de difusión. La constatación no sorprende: las investigaciones realizadas en otras latitudes han llegado a conclusiones similares. Por la misma razón, el porcentaje de comentarios que se reciben es bajo. En otras palabras: la interacción entre biblioteca y el usuario es realmente pobre a través de esta herramienta.

Respecto de Twitter, las 12 bibliotecas que en la actualidad lo utilizan comenzaron su implementación entre 2010 y 2012. Si se considera que esta red salió al mercado en 2006, la adopción de la herramienta resulta, como en el caso de Facebook, tardía. La frecuencia de uso constatada es baja: el promedio general de tuits por día se ubica en 0,43. Esto es: menos de un tuit cada dos días. Si este panorama resulta poco alentador —en relación a las recomendaciones habituales—, la situación se agrava al considerar que varias de las cuentas analizadas no registraron movimiento alguno dentro de los 26 días que se tomaron como referencia para realizar el estudio (1 al 26 de junio de 2015). Durante este período, la opción de retuit oscila, apenas, entre 1 y 3. En relación al contenido de los tuits, los servicios que prestan las bibliotecas encabezan las preferencias, con el 27% del total. Igual proporción alcanza la difusión de eventos, entendida como las actividades propias (4%) y las externas a la institución (23%). Los demás temas se distribuyen la fracción restante del total de la siguiente manera: colección, 11%; efemérides 10%; institución mayor, 10%; protocolo, 9%; otras bibliotecas, 6%). La respuesta de los usuarios es, previsiblemente, modesta. En el marco de la categoría difusión de eventos —una de las de mayor interés—, cada 3 tuits que la biblioteca hace se genera un RT, mientras que se necesitan poco más de cinco para obtener un favorito. Estos resultados y otros están presentes en un artículo en evaluación (Laudano, et al, 2016b).

En cuanto a los restantes dispositivos y redes utilizados por las bibliotecas, sus usos responden a distintos momentos de creación. Así, por ejemplo, mientras que RSS y blogs cuentan con cierta trayectoria, Pinterest se ve como una herramienta emergente (utilizada, especialmente, en facultades de arquitectura e ingeniería, donde el uso de los tableros que facilita la herramienta encuentra más sentido de aplicación). La categoría “Otro” condensa, en sentido estricto, una amplia dispersión de redes y otros medios de comunicación en uso: google+, Delicious, Flickr, Instagram, boletines, correo electrónico, chat y carteleras.

### **A modo de cierre**

Luego de trazar algunas de las constataciones fundamentales acerca de los usos de las redes sociales, se vuelve imprescindible explorar nuevas dimensiones. En particular, resulta impostergable un análisis de la perspectiva de los y las bibliotecarias: ¿quién/es están a cargo

del manejo de estas herramientas? ¿Qué conocimientos sobre cuestiones de comunicación disponen para llevar adelante la tarea? Si existe una propuesta comunicacional general, ¿en qué consiste? ¿Cuánto tiempo implica este trabajo? ¿En qué medida los usos de las redes sociales responden a políticas de comunicación institucional? ¿Qué desafíos genera para las y los profesionales de la bibliotecología la implementación de servicios mediante redes sociales? Estas inquietudes, entre otras que pudieran surgir, formarán parte de los próximos pasos de la investigación.

## Notas

\*El presente trabajo forma parte del proyecto de Investigación del Programa de Incentivos del Ministerio de Educación de la Nación, H/664, —bs y aplicaciones de tecnologías infocomunicacionales en bibliotecas argentinas. Relaciones con los contenidos curriculares en las carreras de Bibliotecología” (2013-2016), IdIHCS, FaHCE, UNLP-CONICET.

## Bibliografía

- Aharony, N. 2012. Facebook use in libraries: an exploratory analysis. *Aslib proceedings*, vol. 64, n° 4, p. 358-372.
- Aharony, N. 2010. Twitter Use in Libraries: An Exploratory Analysis. *Journal of Web Librarianship*, vol. 4, n° 4, p. 333-350.
- Aquino, S. 2012. Uso de las redes sociales en las bibliotecas universitarias peruanas: el caso de Facebook. En III Seminario Internacional de Bibliotecología e Información SIBI, Lima, Perú.
- Aquino, S. 2014. Análisis del uso de Facebook en las bibliotecas académicas peruanas. En VI Jornadas Nacionales de Bibliotecas Universitarias, Lima, Perú.
- Bodnar, Jonathan y Doshi, Ameet. 2011. Asking the right questions: a critique of Facebook, social media, and libraries. *Public services quarterly*, vol. 7, n° 3/4, p. 102-110.
- Bröll-Nadal, A., Cabré-Serra, A., & Gándara-Sanz, D. 2012. Comunicar en la red: estrategias de Biblioteques de Barcelona. *El profesional de la información*, vol. 21, n°4, p. 406-412.
- Cavanagh, M. 2014. Micro-blogging practices in Canadian public libraries: A national snapshot. *Journal of Librarianship and Information Science*, p. 1-13.
- Boton Muñoz, M. P.M., et al. 2010. Un año de redes sociales: la biblioteca universitaria de Córdoba en Facebook. Córdoba (España): Universidad de Córdoba.
- Breeding, Marshall. 2009. Social networking strategies for professionals. *Computers in libraries*, vol. 29, n° 9, p. 29-31.
- Chen, D. Y. T.; Chu, S. K. W. y Xu, S. K. 2012. How do libraries use social networking sites to interact with users. *ASIS&T Annual Meeting* [en línea]. Disponible en: <https://www.asis.org/asist2012/proceedings/Submissions/85.pdf> [Consultado: 10 de marzo 2015]
- Costa, L. F. da, Ramalho, F. A., Silva, A. C. P. da, Andrade, R. de L. de V., Filho, E. T. de M. 2013. Uso de redes sociais por bibliotecas universitárias de instituições particulares de ensino superior de João Pessoa. En XXV Congresso Brasileiro de Biblioteconomia, Documentação e Ciência da Informação, Florianópolis, Brasil.



Cortés, M. B. y Dugatto, V. 2013. Usos, prácticas y consumos culturales de nuevos medios: Biblioteca Mayor de la Universidad Nacional de Córdoba. En Actas de las III Jornadas de Intercambios y Reflexiones acerca de la Investigación en Bibliotecología, La Plata, Argentina.

DEL BOSQUE, D.; LEIF, S. A., y SKARL, S. 2012. Libraries atwitter: Trends in academic library tweeting. *Reference Services Review*, vol. 40, n° 2, p. 199–213

De Franceschi, A. 2014. #Biblioteca #Usuarios: Twitter en bibliotecas universitarias argentinas: la interacción con los usuarios [en línea]. Disponible en: <http://eprints.rclis.org/24008/> [Consultado: 20 de febrero 2015]

De Volder, C. y Gutiérrez, F. 2010. La (no) presencia de las bibliotecas universitarias en Facebook. En 6ª Jornadas de Bibliotecas Digitales Universitarias, La Plata, Argentina.

De Volder, C.; González Terán, Y. y Gutiérrez, F. G. 2012. Microblogging: el caso Twitter en bibliotecas universitarias argentinas [en línea]. Disponible en: <http://eprints.rclis.org/18020/> [Consultado: 25 de febrero 2015]

Farias, M. V. 2013. O uso das Redes Sociais para comunicação e interação com o usuário: o caso das bibliotecas universitárias do Rio Grande do Sul. En XXV Congresso Brasileiro de Biblioteconomia, Documento e Ciência da Informação, Florianópolis, Brasil.

García Rivadulla, S. 2013. Percepción 2.0: las bibliotecas universitarias uruguayas en la Web social desde el punto de vista del usuario. Tesis de Maestría. Universidad Carlos III de Madrid. Facultad de Humanidades, Comunicación y Documentación, Madrid.

Jacobson, Terra B. 2011. Facebook as a library tool: perceived vs actual use. *College and research libraries*, vol. 72, n° 1, p. 79-90.

Laudano, C. N., Corda, M. C., Planas, J. y Kessler, M. I. 2014. Los usos de la red social Facebook en las bibliotecas de institutos y centros de investigación en Argentina. *Palabra Clave* (La Plata), vol. 4, N° 1, p. 20-32. Disponible en: <http://www.palabraclave.fahce.unlp.edu.ar/article/view/PCv4n1a02>

Laudano, C. N.; Corda, M. C.; Planas, J. y Kessler, M. I. 2016a. Los usos de la red social Facebook por parte de bibliotecas universitarias argentinas. Reflexiones en torno a las dinámicas comunicativas en la Web 2.0. En: *Revista Interamericana de Bibliotecología*, Vol. 39, N° 1, p. 23-37.

Laudano, Claudia Nora; Planas, Javier, Kessler, María Inés. 2016b. Aproximaciones a los usos y apropiación de Twitter en bibliotecas universitarias de Argentina. En revisión

Mahmood, Khalid y Richardson, John V. 2011. Adoption of Web 2.0 in US academic libraries: a survey of ARL libraries websites. *Program: electronic library and information systems*, vol. 45, n° 4, p. 365-375.

MARGAIX ARNAL, D. 2008. Las bibliotecas universitarias y Facebook: cómo y por qué estar presentes. *El profesional de la información*, vol. 17, n° 6, p. 589-601

Marinho, R. R., Pereira, L. J. S., & Pereira, L. J. S. (2013). Redes sociais em bibliotecas universitárias públicas da cidade de São Luís para divulgar seus serviços. En XXV Congresso Brasileiro de Biblioteconomia, Documento e Ciência da Informação, Florianópolis, Brasil

SEWELL, R. R. 2013. Who is following us? Data mining a library's Twitter followers. *Library Hi Tech*, vol. 31, n° 1, p. 160–170

STUART, D. 2010. What are libraries doing on Twitter? *Online* (Weston, CT), vol. 34, n° 1, p. 45.

Vassilakaki, Evgenia y Garoufallou, Emmanouel. 2014. The impact of Facebook on libraries and librarians: a review of the literature. *Program Electronic library and information systems*, vol. 48, n° 3, p. 226-245.

VERISHAGEN, N. y HANK, C. Are there birds in the library? The extent of Twitter adoption and use by Canadian academic libraries, *First Monday*, 2014, vol. 19, n° 11. [en línea]. Disponible

Actas de las 4ª Jornada de Intercambio y Reflexión acerca de la Investigación en  
Bibliotecología, La Plata, 29-30 de octubre de 2015. La Plata: Facultad de Humanidades y  
Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de La Plata, 2015. ISSN 1853-5631

en: <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/4945/4161> [Consultado: 20 de marzo 2015]

Vieira, D. V., Sofia-Galvão-Baptista, S. G., & Cerveró, A. C. (2013). Adoção da Web 2.0 em bibliotecas de universidades públicas espanholas: perspectivas de interação do bibliotecário com as redes sociais. Relato de pesquisa. Perspectivas em Ciência da Informação, vol. 18, n° 2, p. 167-181.

Esta obra se distribuye bajo licencia Creative Commons (CC) 3.0, disponible en:

[http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/es/deed.es\\_AR](http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/es/deed.es_AR)"

